新媒体时代广电节目的竞争力发展研究

摘　要：新型电子产品不断涌现，人们的追求也有所改变，从媒体行业角度来说，新媒体时代技术的革新，已经逐渐被互联网所取代。新媒体时代的到来，不仅对从事媒体行业的人员带来了新的挑战，同时也增加了媒体行业的竞争力。本文就新媒体时代广电节目的竞争力发展作简要分析。

关键词：新媒体时代；广播电视；节目；竞争力

中图分类号：G214　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2017）12-120-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.12.048

文 / 陈怡雯

引言

随着新媒体技术的广泛应用，传统意义上的媒体已经满足不了人们的生活需求。新媒体技术的出现，为广电行业带来新的契机，一些广电端口也逐渐将新媒体技术融入到工作当中。随着众多企业的新媒体意识不断提升，广电行业内部的竞争压力也在逐渐增大。

1. 广电节目的发展背景

随着新媒体的发展不断壮大，我国信息时代快速到来，媒体产业需不断调整产业模式来适应不断发展变化的新媒体产业结构的要求。广电节目在编制及制作环节中，将新媒体元素融入到工作当中，从受众群体方面来说，对内容生产的投入和创新，致力于打造精品内容，保持受众黏度，提高满意度，是提高新闻信息质量的有力手段，并以此促进广电节目的发展。

2. 广电节目存在的问题

2.1 缺乏创造性

传统媒体通常以信息传播和宣传政策方针为主要形式，技术更新较为缓慢，设备维护系统周期长，导致传播力度差等具有的局限性，明显落后新媒体。其次，节目形式过于单一，变现形式较为单调，多为线性单向传播，缺乏创新意识，无法满足当前社会需求。因此，只有将两者有效融合，使两者之间形成优势互补，充分发展自身优势，引领社会舆论，提高广电节目质量。

2.2 版权纠纷

就目前来看，新媒体时代广电节目还处于起步阶段，绝大多数广电节目都是在国外节目的基础上进行改编而出来的，但是其本质是相同的，但是改编的过程中，广电企业就需要向国外的广电企业购买相应的版权。许多广电企业不注意这些问题，只是单方面地照抄照搬，被国外的广电公司发现之后就会受到诸多的投诉，从而陷入版权纠纷案件当中，不论是对公司还是对广电节目的发展都有着较为严重的影响。

2.3 用户的选择性

在当前激烈的信息时代背景下，传统媒介已逐渐失去优势。新媒体时代的到来，在一定程度上吸引力更多的用户，特别是微博、移动手机等的发展，对其造成了沉重的打击。面对日新月异的新媒体，用户已打破传统被动接受媒体信息的模式，取而代之的是主动的选择信息，而这也就决定了广电节目要积极探索竞争优势，从而获得更多的客户。

2.4 创新力度上还有待提升

随着新媒体的不断发展，对观点节目在创新力度上的要求也在逐步提高，但是就目前来看广电企业还没有意识到创新工作的重要性，对于技术方式上的运用还不能达到熟练的程度。就新媒体技术而言，广电节目在进行创新工作时，新媒体技术是必不可少的要素，但是广电企业在只做节目的时候，只是浅显地运用新媒体技术对节目进行修整，从而降低节目的整体质量，使受众群体没有新鲜感，无法对广电节目产生浓厚的兴趣。最终导致整个广电节目行业在新媒体时代下无法增强竞争力。

3. 新媒体时代广电节目的竞争力发展策略

3.1 彰显节目特点

在新媒体时代下，个广各广电公司要想提升自身的市场竞争力，最重要的工作之一就是在编辑和之多节目时，要彰显节目的独特性。这就要求广电节目公司要能准确的运用新媒体技术，并且还要准确地了解自身企业的实际情况，将两者相结合，制作出具有自身特点的广电节目。只有广电节目本身具有了鲜明的特点，才能吸引消费群众的眼球，从而增加广电节目的市场竞争力，使其在新媒体时代下的经济市场中占据一席之地。

3.2 重视版权问题

新媒体时代下，广电节目的竞争压力明显增大，各个广电节目要想在竞争压力如此之大的市场中有效的发展，在彰显节目就有创新性的同时还要注意节目的版权问题。在新媒体市场的环境下，各个广电节目之间都存在着类似的地方，因此，行业内的各个公司更要提升自己的版权责任意识。举个例子来说，就比如最近比较火的《中国好声音》《天生是优我》《明日之子》等广播电视节目，这些都是类似的音乐选秀类节目，其中的环节也是大致相同，但是就是因为这些节目的制作人之间已经协商好了版权问题，公司之间才没有因为版权问题而出现恶意竞争的现象。当然，各个广电节目的制作人在制作节目时，也不能只是单纯地模仿好的节目，在借鉴的同时还要加入自身的元素特征。

3.3 加强形态创新，提高用户选择性

随着新媒体时代的到来，其在发展过程中多元化的产品也应运而生，也就提高了节目的价值性。针对广电节目自身，要想更好的创新节目形态就要获得衍生品。现阶段，广播节目逐渐向着多样化的方向发展，既在内容上呈现出了显著的互异性也在形态上呈现出了显著的互异性。节目所形成的特殊品牌，能够更好地对节目形态进行创新，能够更好地将所衍生出的产品应用在节目中，对节目起到促进作用。因此，面对当前新媒体的挑战，广电节目就要进行形态创新，开设多样化的节目形态，从而提高自身的核心竞争力，进而提高广电节目的收视率，最终在激烈的行业竞争中，取得突破性进展，占有一席之地。

3.4 提升广电节目创新力

广电节目要想在新媒体时代下提升自身的竞争力，最重要的工作就是提升自身的创新力，这里的创新力不仅仅是内容上的创新，在节目理念上、节目形态上都需要创新。从内容创新上讲，广电节目要取得阶段性的进步。在新媒体时代的广电节目中，有“内容为王”这么一说，由此可见广电节目内容的重要性。在当前新媒体不断涌现的情况下，在一定程度上加剧了观众分流的现象，那么广电节目在发展过程中就要吸引观众的注意。因此，广电企业在进行内容方面创新工作时，首先要将一些社会的热点新闻融入到其中，使内容更贴近广大人民群众的生活。例如开设一些民生节目，在开设民生节目的同时也不要放弃娱乐内容的创新工作，这样可以更好地满足不同受众需求。从广电节目形态出创新上来说，在新媒体时代下，与广电节目的衍生品也不断的出现在人们的生活当中，这些衍生品的持续出现也为广电节目行业带来了超高的经济收益，而衍生品的来源就是广电节目的形态。由此可见，对广电节目形态的创新是发展广电节目的必要工作。因此，就要求节目的形态要不拘一格，与人们的生活紧密相连，并且要根据不同年龄段的需求创新出不同形态的广电节目。从理念的创新上来说，当前广电节目所遵循的节目理念仍旧是传统的发展理念，不具有较强的创新性、思想相对固化，因此也就不能更好地适应新时代的发展。因此，一方面要加快广电节目与新媒体技术融合的脚步，另一方面以电台发展现状被挤出，使节目制作公司实现独立自主，这样不仅仅使广电节目实现节目自制，还可以保证节目的质量。在新媒体时代的冲击下，广电节目不仅仅要面临同行之间的竞争，还要面临内部当中存在的问题，所以就需要广电节目不断地创新，用创新的方式来推动广电节目的发展，增强其市场竞争力。

结语

综上所述，新媒体技术的不断发展为广电节目带来的新的机遇的同时还为其带来新的挑战，如何使广电行业获得有效的发展途径还需要广大工作者不断摸索，找出一条适合广电节目发展的道路。媒

参考文献

[1] 张金桐，景义新，李剑欣 . 视听新媒体环境下广播电视学的教学改革目标与路径 [J]. 中国大学教学，2017，（04）：60-64.
[2] 刘立军 . 新媒体时代广播电视编辑业务创新与发展研究 [J]. 中国传媒科技，2017，（01）：67-68.
[3] 黄桂萍，苏婉 . 引领新常态融合促发展——中国广播电视学与新媒体研究会 2016 年会综述 [J]. 现代传播（中国传媒大学学报），2016，38（08）：154-155.
[4] 李永凤，覃珊珊 . 试析新媒体语境下“广播电视新闻学”课程的教学转型 [J]. 内蒙古师范大学学报（教育科学版），2016，29（07）：103-107.
[5] 王勇，王冠男，戴爱红 . 论新媒体时代广播电视主流媒体传播力的提升 [J]. 中国广播，2016，（03）：33-37.
[6] 刘航航 . 刍议我国广播电视新媒体发展现状及未来趋势 [J]. 通讯世界，2016，（05）：91-92.

（作者单位：国家新闻出版广播电影电视总局 282 台）